

**PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW*, *ONLINE CUSTOMER RATING*
DAN *CASH ON DELIVERY* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
PENGGUNA *E-COMMERCE SHOPEE* DI PURWOKERTO**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Pada Program Studi
Manajemen S1



Diajukan Oleh

**DIVA LANGIT SAPUTRI
2202010009**

Kepada

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO
TAHUN 2025**

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang diajukan oleh :

Nama : Diva Langit Saputri

NIM : 2202010009

Program Studi : Manajemen S1

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto

Judul : Pengaruh *Online Customer Review*, *Online Customer Rating* dan *Cash On Delivery* Terhadap Keputusan Pembelian pada Pengguna *E-commerce* Shopee di Purwokerto

Telah Diperiksa dan disetujui oleh :
PEMBIMBING



Arini Hidayah, S.E, M. Si

NIK. 2160496




HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang diajukan oleh;

Nama : Diva Langit Saputri
NIM : 2202010009
Program Studi : Manajemen S1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Judul : **Pengaruh *Online Customer Review*, *Online Customer Rating* dan *Cash On Delivery* terhadap Keputusan Pembelian pada pengguna *E-commerce* Shopee di Purwokerto**


Telah berhasil dipertahankan di depan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen S1

TIM PENGUJI

Ketua Sidang/Penguji 1 : Arini Hidayah, S.E., M. Si ()
Penguji 2 : Hemi Justiana Astuti, S.E., M.Si., Ph.D., CDMP ()
Penguji 3 : Ika Yustina Rahmawati, S.E., M.Sc., CFP ()
Ditetapkan : di Purwokerto
Tanggal : 22/12/2025

Mengetahui:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis




Prof. Dr. Naelati Tubastuvi, S.E., M.Si.
NIK. 2160187

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Diva Langit Saputri
NIM : 2202010009
Program Studi : Manajemen S1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Judul : Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating dan Cash On Delivery terhadap Keputusan Pembelian pada Pengguna E-commerce Shopee di Purwokerto

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar serta bukan hasil penjiplakan dari karya orang lain.

Demikian pernyataan ini saya buat dan apabila kelak dikemudian hari terbukti ada unsur penjiplakan, saya bersedia mempertanggungjawabkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Purwokerto, 22/12/2025

Yang membuat pernyataan,



Divi Langit Saputri
NIM 2202010009

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Diva Langit Saputri
NIM : 2202010009
Program Studi : Manajemen S1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Tugas Akhir : Skripsi

Menyetujui untuk memberikan Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty- Free Right*) kepada Universitas Muhammadiyah Purwokerto atas Tugas akhir saya yang berjudul:

**“Pengaruh *Online Customer Review, Online Customer Rating* dan
Cash On Delivery terhadap Keputusan Pembelian pada pengguna
E-commerce Shopee di Purwokerto.”**

Universitas Muhammadiyah Purwokerto berhak menyimpan, menyebarkan, mengelola, dan mempublikasikan tugas akhir saya dengan tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis atau pencipta sekaligus pemilik hak cipta. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Dibuat di : Purwokerto

Pada tanggal : 22/12/2025



Divia Langit Saputri
NIM 2202010009

MOTTO

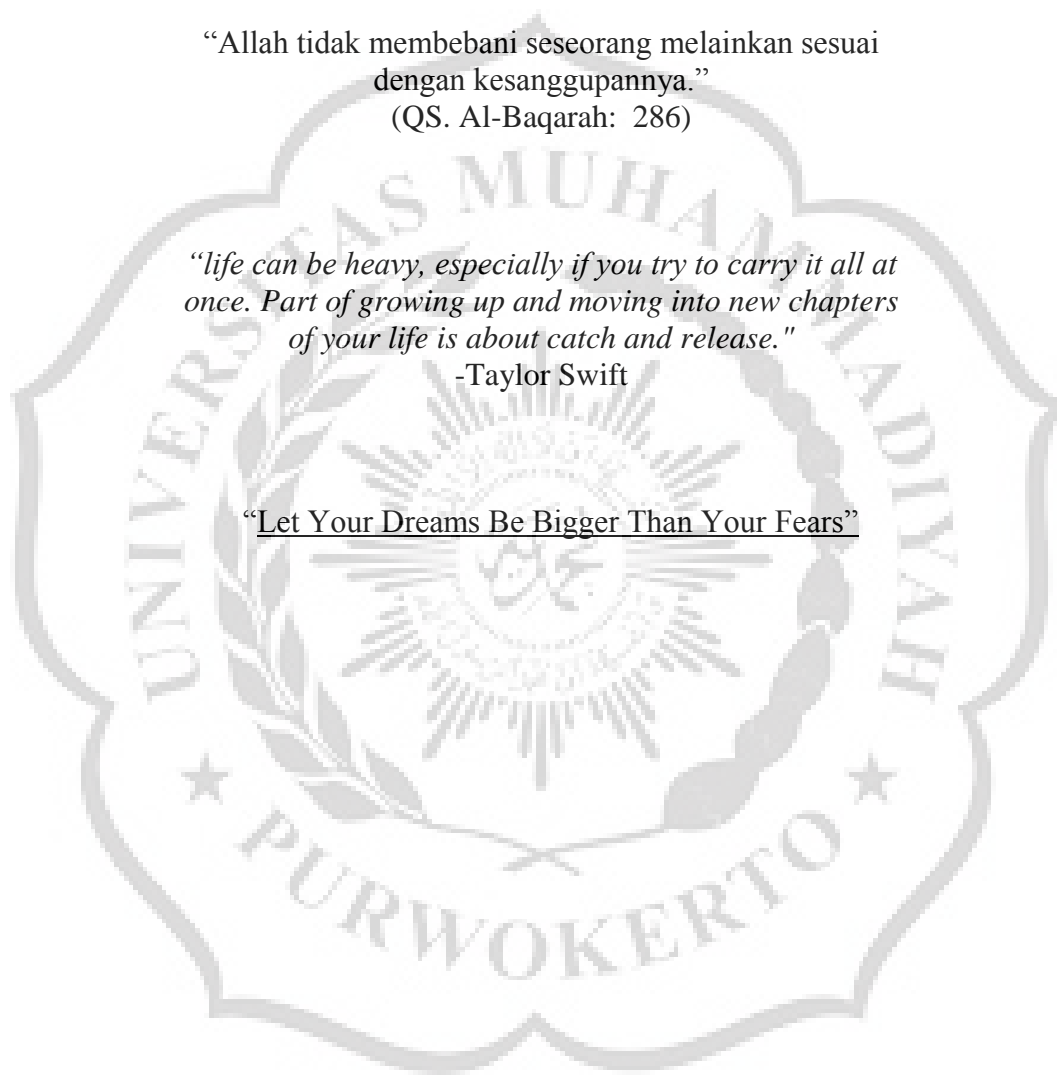
“ Man Jadda Wajada مَنْ جَدَّ وَجَدَ ”

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya.”
(QS. Al-Baqarah: 286)

“life can be heavy, especially if you try to carry it all at once. Part of growing up and moving into new chapters of your life is about catch and release.”

-Taylor Swift

“Let Your Dreams Be Bigger Than Your Fears”



KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

- (1) Prof. Dr. Jebul Suroso, S.Kp., Ns., M.Kep., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
- (2) Prof, Dr. Naelati Tubastuvi, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberi berbagai informasi dan bimbingan tentang tata laksana penyusunan skripsi kepada saya;
- (3) Drs. Suyoto, M.Si.,Ph.D. Selaku Ketua Program Studi Manajemen yang telah memberi berbagai informasi dan bimbingan tentang tata laksana penyusunan skripsi kepada saya;
- (4) Arini hidayah, S.E, M.Si, selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini;
- (5) Herni Justiana Astuti, S.E.,M.Si.,Ph.D., CDMP yang telah memberikan berbagai pertanyaan untuk menguji kelayakan saya sebagai sarjana Manajemen;
- (6) Ika Yustina Rahmawati, S.E.,M.Sc., CFP yang telah memberikan berbagai pertanyaan untuk menguji kelayakan saya sebagai sarjana Manajemen;
- (7) Kepada Orang tua dan keluarga khususnya mamah dan papa saya ibu kamisri, Papah Johan, mbah Reben, dan adekku Devi dan ajeng, Terimakasih telah memberikan bantuan dukungan material dan moral kepada saya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi;
- (8) Kepada Gilang, Terima kasih telah menjadi partner dalam perjalanan ini, yang senantiasa memberikan dukungan, waktu, perhatian, dan kesabaran, serta selalu

hadir dalam setiap proses penyelesaian studi ini.;

- (9) Teman-teman Seperjuangan saya yang sudah menemani perjalanan hidup diperkuliahan dan terimakasih telah membantu dan mendukung saya dalam menyelesaikan tantangan akademik ini;
- (10) Kepada diriku sendiri Diva Langit Saputri, Terimakasih sebagai bentuk apresiasi atas kerja keras, komitmen, dan keberanian dalam menyelesaikan setiap tahapan skripsi ini. Semoga karya ini menjadi langkah awal menuju masa depan yang lebih baik dan meraih kesuksesan.

Akhir kata, saya berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Purwokerto, 22/12/2025
Penulis,

Diva Langit Saputri
NIM 2202010009

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK.....	xv
ABSTRACT.....	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah.....	7
C. Pembatasan Penelitian	7
D. Tujuan Penelitian.....	8
E. Manfaat Penelitian	8
1. Manfaat Teoritis	8
2. Manfaat Praktis.....	9
BA B II TINJUAN PUSTAKA.....	10
A. Landasan Teori	10
1. Cognitive Theory.....	10
2. Keputusan Pembelian	11
3. Online Customer Review	13
4. Online Customer Rating	15
5. Cash On Delivery	17
B. Hasil Penelitian Terdahulu	19

C. Kerangka Pemikiran	28
1. Hubungan Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian	28
2. Hubungan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian	29
3. Hubungan Cash On Delivery terhadap Keputusan Pembelian	29
BAB III METODE PENELITIAN.....	32
A. Jenis penelitian	32
B. Populasi dan Sampel	32
1. Populasi	32
2. Sampel	32
C. Jenis Data.....	34
1. Sumber Data	34
2. Teknik Pengumpulan Data	34
D. Variabel Peneliti	35
1. Variabel Dependen	36
2. Variabel Independen	36
E. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	36
F. Metode Analisis Data	38
1. Analisis Statistik Deskriptif	38
2. Uji Instrumen	38
3. Uji Asumsi Klasik	40
4. Analisis Regresi Linear Berganda	41
5. Uji Kecocokan Model	42
6. Uji Hipotesis (Uji t)	43
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	48
A. Hasil Penelitian	48
1. Gambaran Umum Shopee	48
2. Respon Rate	50
3. Gambaran Umum Responden	50
4. Analisis Statistik Deskriptif	56
5. Uji Instrumen	63
6. Uji Asumsi Klasik	67
7. Analisis Regresi Linier Berganda	69

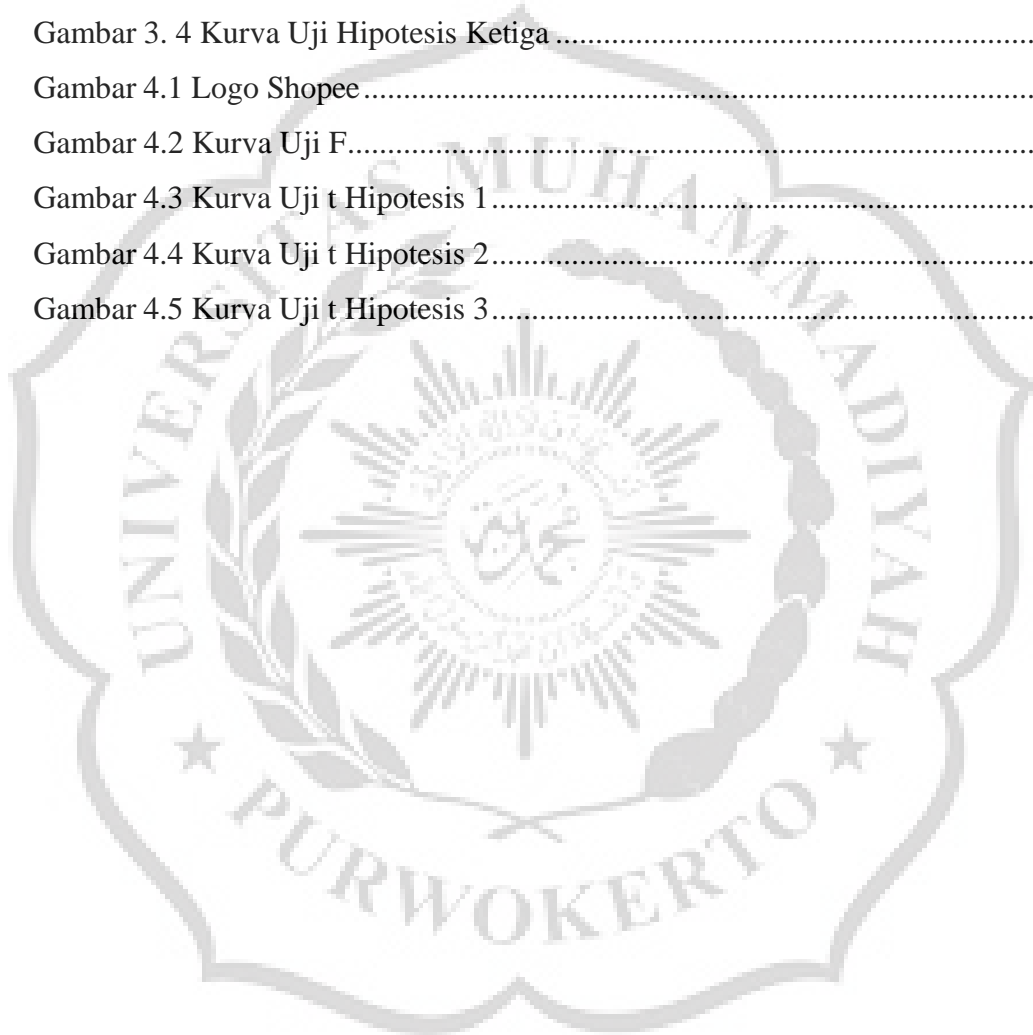
8. Uji Kecocokan Model	71
9. Uji Hipotesis	73
B. Pembahasan.....	76
1. Pengaruh Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian pada Pengguna E-Commerce Shopee di Purwokerto.....	77
2. Pengaruh Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian pada Pengguna E-Commerce Shopee di Purwokerto.....	77
3. Pengaruh Cash On Delivery terhadap Keputusan Pembelian pada Pengguna E-Commerce Shopee di Purwokerto	78
BAB V PENUTUP	80
A. Simpulan	80
B. Keterbatasan.....	80
C. Saran	81
1. Bagi Perusahaan.....	81
2. Bagi Konsumen.....	82
3. Bagi Peneliti Selanjutnya.....	82
DAFTAR PUSTAKA	84
LAMPIRAN	89

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Hasil Penelitian Terdahulu	19
Tabel 3. 1 Skala Likert	35
Tabel 3. 2 Definisi Operasional.....	36
Tabel 4. 1 Response Rate	50
Tabel 4. 2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	51
Tabel 4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
Tabel 4.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	52
Tabel 4.5 Deskripsi Responden Berdasarkan Penghasilan.....	53
Tabel 4.6 Deskripsi Responden Berdasarkan Domisili.....	54
Tabel 4.7 Deskripsi Responden Berdasarkan Pertanyaan Khusus.....	55
Tabel 4.8 Analisis Statistik Deskriptif Online Customer Review.....	56
Tabel 4.9 Analisis Statistik Deskriptif Online Customer Rating	58
Tabel 4.10 Analisis Statistik Deskriptif Cash On Delivery.....	60
Tabel 4.11 Analisis Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian.....	62
Tabel 4.12 Uji Validitas Variabel Online Customer Review	64
Tabel 4.13 Uji Validitas Variabel Online Customer Rating.....	64
Tabel 4.14 Uji Validitas Variabel Cash On Delivery.....	65
Tabel 4.15 Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	65
Tabel 4.16 Uji Reliabilitas.....	66
Tabel 4.17 Uji Normalitas	67
Tabel 4.18 Uji Multikolinearitas.....	68
Tabel 4.19 Uji Heterokedastisitas	69
Tabel 4.20 Analisis Regresi Linier Berganda.....	70
Tabel 4.21 Analisis Koefisien Determinasi (R ²).....	71
Tabel 4.22 Uji F.....	73
Tabel 4.23 Rekapitulasi Pengujian Hipotesis.....	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	31
Gambar 3. 1 Kurva Uji Goodness of Fit.....	43
Gambar 3. 2 Kurva Uji Hipotesis Pertama.....	45
Gambar 3. 3 Kurva Uji Hipotesis Kedua	46
Gambar 3. 4 Kurva Uji Hipotesis Ketiga	47
Gambar 4.1 Logo Shopee	48
Gambar 4.2 Kurva Uji F.....	73
Gambar 4.3 Kurva Uji t Hipotesis 1.....	74
Gambar 4.4 Kurva Uji t Hipotesis 2.....	75
Gambar 4.5 Kurva Uji t Hipotesis 3.....	75



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuisisioner.....	90
Lampiran 2 : Data Identitas Responden	97
Lampiran 3 : Tabulasi Data Kueisioner.....	100
Lampiran 4: Data Gambaran Umum Responden	111
Lampiran 5 : Analisis Statistik Deskriptif.....	113
Lampiran 6: Uji Instrumen	115
Lampiran 7 : Uji Asumsi Klasik.....	121
Lampiran 9: Uji Analisis Data.....	123
Lampiran 9 : R Tabel.....	124
Lampiran 10 : F Tabel	125
Lampiran 11 : T Tabel.....	126
Lampiran 12 : Surat Keterangan Plagiasi	127
Lampiran 13 : Hasil Turnitin	128

PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW*, *ONLINE CUSTOMER RATING* DAN *CASH ON DELIVERY* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PENGGUNA *E-COMMERCE SHOPEE* DI PURWOKERTO

Diva Langit Saputri¹
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Purwokerto
divalangit@gmail.com

Arini Hidayah, S.E., M.Si.²
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Purwokerto
arinihidayah@ump.ac.id

ABSTRAK

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif untuk mengetahui pengaruh *online customer review*, *online customer rating* dan *cash on delivery* terhadap keputusan pembelian pada pengguna *e-commerce* shopee. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling. Berdasarkan kriteria, didapatkan sebanyak 109 responden yang menjadi sampel. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis statistik deskriptif, uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji heteroskedastisitas dan uji multikolinearitas), analisis regresi linier berganda, uji kelayakan model (koefisien determinasi dan uji F (Goodness of Fit Model)) dan Uji T. Hasil analisis menunjukkan bahwa *online customer review* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Sedangkan *online customer rating* dan *cash on delivery* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : *Online Customer Review*, *Online Customer Rating*, *Cash On Delivery*, Keputusan Pembelian

THE EFFECT OF ONLINE CUSTOMER REVIEWS, ONLINE CUSTOMER RATINGS AND CASH ON DELIVERY ON PURCHASE DECISIONS OF SHOPEE E-COMMERCE USERS IN PURWOKERTO

Diva Langit Saputri¹
Faculty of Economics and Business
Muhammadiyah University of Purwokerto
divalangit@gmail.com

Arini Hidayah, SE, M.Si.²
Faculty of Economics and Business
Muhammadiyah University of Purwokerto
arinihidayah@ump.ac.id

ABSTRACT

The type of research used is quantitative research to determine the effect of online customer reviews, online customer ratings and cash on delivery on purchasing decisions of Shopee e-commerce users. The sampling technique used in this study is purposive sampling. Based on the criteria, 109 respondents were obtained as samples. Data analysis techniques used in this study are descriptive statistical analysis, validity and reliability tests, classical assumption tests (normality tests, heteroscedasticity tests and multicollinearity tests), multiple linear regression analysis, model feasibility tests (coefficient of determination and F test (Goodness of Fit Model)) and T Test. The results of the analysis show that online customer reviews have no effect on purchasing decisions. While online customer ratings and cash on delivery have a positive and significant effect on purchasing decisions.

Keywords: Online Customer Review, Online Customer Rating, Cash On Delivery, Purchase Decision